الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية ودوره في تحقيق الميزة التنافسية بالقطاع المصرفي السوداني

Accounting disclosure of social responsibility and its role in achieving competitive advantage in the Sudanese banking sector

أ.د. بابكر إبراهيم الصديق: أستاذ دكتور في المحاسبة، كلية التجارة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

د. زهير أحمد علي أحمد: أستاذ مساعد بكلية التجارة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

أ. الصديق حامد إدريس موسى: المحاضر بكلية شرق النيل ي السودان، وجامعة شقراء بالمملكة العربية السعودية.

Prof. Dr. Babiker Ibrahim Sdeeg: Professor in Accounting, Faculty of Commerce, Sudan University of Science and Technology, Sudan.

Dr. Zohair Ahmed Ali ahmed: Assistant Professor, Faculty of Commerce, Sudan University of Science and Technology, Sudan.

Mr. Alsdeg Hamid Edres: Lecturer at East Nile College in Sudan, and Shaqra University in the Kingdom of Saudi Arabia

Email: alsdeg1993@gmail.com

DOI: https://doi.org/10.56989/benkj.v4i7.1039

الملخص:

الدراسة هدفت إلى التعرف على واقع الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية ودوره في تحقيق الميزة التنافسية بالقطاع المصرفي السوداني، وتمثلت مشكلة الدراسة في عدم الإفصاح عن ممارسات وإجراءات المحاسبين باستخدام ذكائهم ومعرفتهم وخبرتهم بمعايير المحاسبة للتلاعب بالأرقام بهدف إعطاء بيانات مضللة نتيجة الممارسات الاجتماعية، وهدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على الإفصاح الاجتماعي لتحقيق الميزة التنافسية في المصارف السودانية، وتوصلت الدراسة إلى أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يساعد في تقديم التأكيدات اللازمة عن حقيقة المركز المالي للمصارف السودانية، وتوصى هذه الدراسة بضرورة دمج المسؤولية الاجتماعية ضمن إستراتيجية المصارف السودانية لتحقيق الميزة التنافسية.

الكلمات المفتاحية: الإفصاح المحاسبي، مسؤولية اجتماعية، ميزة تنافسية، مصارف سودانية.

Abstract:

The study aimed to identify the reality of accounting disclosure of social responsibility and its role in achieving competitive advantage in the Sudanese banking sector. The problem of the study was the lack of disclosure of the practices, procedures and policies followed by accountants using their intelligence, knowledge and experience with accounting standards to manipulate numbers with the aim of improving the image of the establishment and giving misleading data as a result of their social practices. The study aimed to shed light on the disclosure of social responsibility to achieve competitive advantage in Sudanese banks. The study concluded that disclosing social responsibility helps in providing the necessary assurances about the reality of the financial position of Sudanese banks. This study recommends the necessity of integrating social responsibility policies into the strategy of Sudanese banks to achieve competitive advantage.

Keywords: accounting disclosure, social responsibility, competitive advantage, Sudanese banks.

المقدمة:

أصبحت المسؤولية في الاقتصاد المعاصر واحدة من أهم مكونات استراتيجية منشأة الأعمال، وقد يؤدي إلى الفضائح والخسائر التي منيت بها بعض منشآتها وما صاحب ذلك من تقلص في سمعتها وإنقاص أسعار أسهمها في بورصة الأوراق المالية؛ لذا أصبح الالتزام أمرا واقعا فرضته مستجدات طبيعة المنافسة والتشريعات التي ساعدت العديد من الحكومات في إصدارها، بسبب صعوبة قياس التكاليف الاجتماعية؛ مما جعلها من أبرز المشكلات المعاصرة التي لا يزال البحث في موضوعاتها في بدايته، وقد تزايد الاهتمام في الآونة الأخيرة بالإفصاح المحاسبي، وذلك كاستجابة للضغوط بضرورة اطلاع مختلف الأطراف على الأداء الاجتماعي للمصارف السودانية.

مشكلة البحث:

يشكل الإفصاح مشكلة كبيرة للمنشأة نتيجة ممارسات وإجراءات وسياسات يتبعها المحاسبون باستخدام ذكائهم للتلاعب بالأرقام وإعطاء بيانات مضللة نتيجة ممارساتهم، كما تستخدم بعض الأساليب في الممارسات المحاسبية لإخفاء الأداء الفعلي للمنشأة بغرض تحقيق نتائج مرضية للمنشأة ومجلس إدارتها إذا تمت ممارستها دون تجاوز المعايير والمبادئ المحاسبية، وإنما باستغلال عنصري المرونة والاختيار في تلك المعايير والمبادئ. ولممارسة هذه الأساليب أثر بالغ الأهمية في زعزعة الثقة من جانب المستثمرين، ويمكن تلخيص مشكلة البحث في الإجابة عن السؤال الاتي:

هل الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية له دور في تحقيق الميزة التنافسية بالقطاع المصرفي السوداني؟

أهداف البحث:

تتمثل أهداف البحث في الآتي:

1- بيان طبيعة وخصائص الإفصاح بالإضافة إلى التعرف على الميزة التنافسية.

2- التعرف على أهداف الميزة التنافسية وأبعادها الأساسية.

3- دراسة مقومات تحقيق كفاءة فاعلية المحاسبة الاجتماعية في منشأة الأعمال.

4-إلقاء الضوء على الدراسات السابقة وما توصلت إليه من نتائج.

أهمية البحث:

تتمثل في الآتي:

تتجسد الأهمية العلمية من خلال تعزيز الإطار النظري من خلال المعايير والإجراءات والمقاييس المنظمة للممارسة في القطاع المصرفي.

وبخصوص الأهمية العملية؛ يسهم البحث في ترسيخ الممارسة المهنية من خلال التعريف بضرورة تحقيق الميزة التنافسية، وتعزيز الإدراكات المعاصرة، الأمر الذي يتطلب إيجاد إطاراً فكرياً لموضوع الدراسة.

مناهج البحث:

في ضوء التساؤلات والفرضيات الي قامت عليها المشكلة، تم استخدام عدة مناهج تتناسب مع أهداف البحث. منها المنهج التاريخ لتتبع بعض الدراسات ذات الصلة بمتغيرات مشكلة البحث. بالإضافة إلى المنهج الاستقرائي والاستنباطي لتأطير عناصر الإطار المنهجي لمشكلة البحث بعد تناول بعض الأدبيات والأبحاث المنشورة والتي لها علاقة بمشكلة البحث. هذا بالإضافة إلى المنهج الوصفي للتعبير وتنظيم وعرض البيانات والمعلومات اللازمة لمشكلة البحث. أما المنهج الاستدلالي فيستخدم للإجابة على تساؤلات المشكلة بالاستدلال الكمي المناسب.

مصادر البحث:

تعتمد على:

أ. **بيانات أولية:** تتم من مجتمع الدراسة عن طريق الاستبانة من خلال إفادات عينة المجتمع حول عبارات الفرضية.

ب. **بيانات ثانوية:** تتمثل في الكتب والبحوث والدوريات والمجلات العلمية والرسائل العلمية ومحركات البحث على شبكة المعلومات الإلكترونية (الإنترنت).

حدود البحث:

أ. **الحدود الزمانية والمكانية:** السودان، عام 2024م.

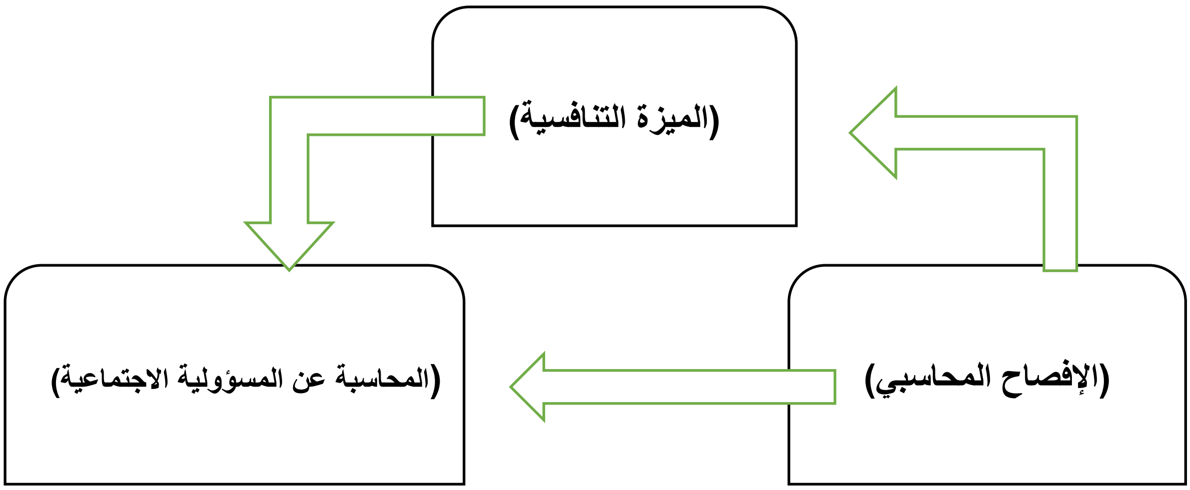
ب. **الحدود البشرية:** مدراء الإدارات رؤساء الأقسام والمصرفيون ووحدات المراجعة الداخلية العاملة بالمصارف المستهدفة.

فرضية البحث:

هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية في القطاع المصرفي السوداني.

نموذج البحث:

شكل (1): نموذج مشكلة البحث



المصدر: إعداد الباحثين

الدراسات السابقة:

دراسة (**Chapman, 2016**)

تهدف الدراسة إلى دراسة التفاعلات المعقدة بين الحوكمة والميزة التنافسية من خلال وجود حوكمة فعالة داخل المنشأة، وتوصلت إلى أن الضغط التنافسي والتكنولوجي (ديناميكية بيئية) يوضح أن الحوكمة لا تعمل فقط كقدرة أعلى من حيث التوجيه والتحكم في استخدام موارد وقدرات تنظيمية أخرى، بل قد تكون قادرة أيضاً على العمل بشكل ديناميكي، وأوصت الدراسة بأنه يمكن إجراء مزيد من الأبحاث للتأكد مما إذا كانت إدارة تقنية المعلومات قادرة على تلبية معايير القدرة الديناميكية الموسعة هذه من خلال دراسة تنظيمية طولية وأن تدرس الدراسات المستقبلية بشكل

أكبر أي فئات تكنولوجيا المعلومات (IS) لإختبارها هل هي قادرة على توفير أو تمكين ميزتها التنافسية.

دراسة (Gallego & Quina, 2016)

هدفت الدراسة إلى تحليل الإفصاح للشركات (CSR) في المنشأة من مختلف البلدان استناداً إلى عينة من 110 شركة لعام 2014م وتحليل ما مجموعه 79 مؤشراً، تسعة مع الجوانب الاقتصادية و30 إلى الجوانب البيئية، و40 إلى الجوانب الاجتماعية، وفقاً لمبادرة الإفصاح العالمية (G (3.1GRI). وتم وضع نموذج الاعتماد لمعرفة المتغيرات بشكل منفصل وكامل، وتوصلت النتائج إلى المتغيرات الأكثر أهمية والتي أثرت بشكل كبير على قرار الشركة بالإفصاح الاختياري. وأوصت الدراسة بضرورة الأهداف التي تنتهجها المنشأة لتحسين صورتها المؤسسية في المجتمع، وأن نشرها على الإنترنت مناسب في عصر تتزايد فيه بسرعة، ويتضح للباحث أن هذه الدراسة تعتبر أعمق وأشمل من الدراسة السابقة.

دراسة (Cannon and Ling, 2017):

هدفت الدراسة إلى استكشاف ما إذا كان الإفصاح مرتبطاً بالميزة التنافسية للشركة واستدامتها، وتوصلت إلى أن المفاضلة بين مستويات الإنتاج التنافسي للمبيعات على سبيل المثال قد تجذب شركة نشطة في هذا المجال، وتكون قادرة على فرض أقساط سعرية؛ مما يؤدي إلى ارتفاع الإيرادات نسبياً، وزيادة هامش الربح الإجمالي ومع ذلك قد تكون السلع المنتجة على نحو مستدام أكثر تكلفة، مما يؤدي إلى تآكل الهوامش الإجمالية. أوصت الدراسة بأنه من المفيد إعادة تقييم جهود الاستدامة ووسائل النشر حول هذه الجهود، أي أن الاستدامة يمكن أن تتحقق من قبل المنشأة على سلوك المستهلك وأن توسع ممارسات الاستدامة الخاصة بالمنشأة.

دراسة (Pant and Piansoongnern, 2017):

هدفت الدراسة إلى تحقيق فهم أعمق لمبادرة المسؤولية وإسهامها في دولة نيبال، وأشارت النتائج إلى أن إدارة أصحاب المصلحة هي أداة رئيسية، وتساهم في الأعمال التجارية المستدامة والتعاون المتبادل مع أصحاب المصلحة، وأوصت الدراسة بأنه سيكون هناك دعم إيجابي من صاحب المصلحة تجاه الشركة في الأنشطة المجتمعية والبيئية وينبغي التركيز أكثر في الأكاديمية المقدمة للمتعلمين فيما يتعلق بذلك، ويتضح للباحث أن هذه الدراسة ركزت على تحقيق فهم أعمق لمبادرة الشركات وإسهامها في تعزيز الميزة التنافسية في دولة نيبال، بينما يختلف عنها في تناوله المسؤولية الاجتماعية بصورة أعمق وأشمل.

دراسة (طلال، 2021):

تناولت الدراسة المسؤولية المجتمعية في الكويت، وصممت استبانة على (150) موظفا، وتوصلت إلى أن المسؤولية المجتمعية المتعلقة في مجال العاملين، وحماية العملاء، والمجال البيئي، والمجال الخيري يعمل على تحقيق الميزة التنافسية، وقد أوصت بضرورة مضاعفة اهتمام المصارف الإسلامية بالإفصاح المحاسبي عن المسؤولية المجتمعية وزيادة مخصصاتها المالية المتعلقة بذلك.

يرى الباحثون أن هذه الدراسة لم تتناول الميزة التنافسية بصورة أعمق وأشمل كما تناولتها الدراسة الحالية.

دراسة (ماهر وآخرون، 2023):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المسؤولية الاجتماعية والتأثيرات التي تتعلق بالتنمية، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن هنالك تأثيرا بين الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية وأنشطتها. وتوصي بضرورة إجراء المزيد من الدراسات في البيئة العراقية والعوامل التي يمكن تبنيها للدفع نحو الإفصاح في القوائم المالية.

يرى الباحث أن هذه الدراسة تناولت الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية ولم تتناول بصورة أشمل كما تناولته هذه الدراسة.

الإطار المفاهيمي للبحث:

مفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية:

عرفت بأنها التزام يتوجب على قطاع الأعمال القيام به تجاه المجتمع وأن من شأن هذا الالتزام أن يعمل على تعظيم الآثار الإيجابية لنشاطات المنظمات على المجتمع.(بدوي، 2017م، ص 181 – 182).

يرى الباحثون مما سبق أن التزام المنشأة له أثر إيجابي ويزيد من قيمة المنشأة، وأن التأثير الإيجابي للمسئولة الاجتماعية يتمثل في النواحي الأخلاقية والإنسانية والاقتصادية.

1- مفهوم الإفصاح:

يعرف بأنه التقرير عن الآثار الاجتماعية لأصحاب المصالح بصفة خاصة والمجتمع ككل بصفة عامة، وبما يساهم في توسيع نطاق المساءلة للمنشأة (عيسى، 2014م، ص 22).

ويأتي هذا بجانب الدور المحاسبي في توفير بيانات لحملة الأسهم، ويستند هذا التوسع في الإفصاح على افتراض أن المنشأة لديها مسئوليات أكبر من مجرد تحقيق الربح (غنام، 2011م، ص 497).

أوضحت بعض الدراسات أن الإفصاح في معظم الحالات يهدف إلى تحديد مدى مساهمة المنشأة في تحقيق العدالة الاجتماعية باعتبار ذلك امتداداً للممارسات التجارية الجيدة (محمود، 1999م، ص 2).

يرى الباحثون أن توفير معلومات الأداء الاجتماعي لمنشأة الأعمال كتقرير مرفق بالتقارير المالية بما يمكن الأداء الاجتماعي للمنشأة.

2- الأساليب:

تتمثل في الأسلوبين التاليين (بركات، 2018م، ص ص 693 – 694).

1- يرى مؤيدو هذا الأسلوب أن مشكلات قياس المنافع والتكاليف الاجتماعية تفترض ضرورة إعداد تقارير محاسبية مالية، نظراً لاختلاف المعلومات، وتأخذ التقارير الاجتماعية المنفصلة أحد ثلاثة نماذج هي:

i. تقارير الوصفية: تكتفي بوصف الأنشطة.

ii. التقارير التي تفصح عن جانب التكاليف فقط.

iii. التقارير عن التكاليف والمنافع الاجتماعية، وتبين صافي الفائض أو العجز.

ويتم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في قوائم مالية تعرض الأداء الاجتماعي إلى جانب الأداء الاقتصادي.

3. الأهداف:

تتمثل في الآتي: (نجوى، 2012م، ص210 – 211).

1. تلبية الاحتياجات عن مدى وفاء منظمات الأعمال.
2. إجراء المقارنة بين المنشأة والفترات الزمنية.
3. معرفة المنشأة الأكثر إسهاماً في المجال الاجتماعي وتشجيعها على ذلك ومعرفة تلك التي لا تساهم في المجال الاجتماعي وحثها على ضرورة القيام بذلك.
4. توفير قاعدة بيانات يمكن الاعتماد عليها عند تقويم الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال.

5. تشجيع المستثمر على توجيه استثماراته نحو المنشأة التي تهتم بالجوانب الاجتماعية خاصة في ظل ما يعرف المستثمر الأخلاقي.

4. **الدوافع:**

قدمت الدراسات العديد من النظريات التي تقيس دوافع الإفصاح عنها وتتمثل هذه النظريات في الآتي: (لايقا، 2007م، ص40 – 41).

أ. **نظرية الشرعية:** أوضحت بعض الدراسات أن الشرعية هي بمثابة إدراك عام أو افتراض بأن تصرفات أي منشأة تعتبر مرغوبة وملائمة وصحيحة في ضوء القواعد والقيم.

ب. **نظرية أصحاب المصلحة:** تعد امتداداً لنظرية الشرعية فهي تأخذ في الاعتبار ليس فقط المجتمع ككل وإنما جماعات معينة من أصحاب المصالح.

ج. **نظرية العقد الاجتماعي:** تقوم نظرية العقد الاجتماعي على افتراض وجود مجموعة من التعاقدات الاجتماعية داخل المجتمع وبين تلك المجموعات والمجتمع نفسه، وعلى الرغم من أن تلك التعاقدات هي ضمنية، إلا انها تشكل المرشد الأساسي لسلوك المنشأة.

د. **نظرية الوكالة:** يمكن القول بوجود علاقة بين المنشأة والمجتمع، وفي ظل هذه العلاقة يعهد المجتمع بموارده المتمثلة في الأرض والعمل، ورأس المال للوحدة الاقتصادية لاستغلالها في ظل افتراض أنها سوف تستغلها ليس لتحقيق ربح فحسب، ولكن لتحقيق منافع للمجتمع ككل. ومن هنا تبدأ أهمية صياغة عقود وكالة بين الوحدة والمجتمع، وما يترتب على ذلك من حاجة المجتمع إلى معلومات تمكنه من الوقوف على البورصة التي تم بها إنجاز تلك العقود، وعلى ذلك يمكن النظر إلى المنشأة على أنها عقد وكالة تحتمل فيه الإدارة نوعين من المسؤولية (يس، 2012م، ص84 – 85).

يرى الباحثون أن هذه النظريات هي بدائل لبعضها البعض، كما أنه من الصعب وضع حدود فاصلة بينها، حيث يرى الباحثون أنه للحصول على الشرعية يجب الاستجابة لاحتياجات أصحاب المصالح والمجتمع ككل في العقد الاجتماعي بينهم أو مفهوم الوكالة. وإن هذه النظريات تساهم في التعرف على التأثيرات الاجتماعية والتعبير عن الحقائق الاجتماعية.

5- طرق الإفصاح:

توجد العديد من وسائل الإفصاح وتحديد تلك الوسائل في الإعلانات، المقالات التي تنشرها المنشأة، الكتيبات المنشورة بتقارير يتم توزيعها على اسطوانات صحيحة، تقارير، شعارات تطبع على اعتبارات بيئية واجتماعية، نشرات صحفية، أشرطة الفيديو، المواقع الإلكترونية للمنشأة، هذا

وقد ركزت الدراسات المحاسبية بشكل أساسي على تقارير يطلق عليها تقارير المسؤولية، أو مسئولية المنشأة أو تقارير مواطنة المنشأة. وبالنظر إلى طريقة الإفصاح يلاحظ وجود اتجاهين أساسيين هما: (إبراهيم، 2015م، ص207 – 258).

الاتجاه الأول: اتجاه الدمج

يرى أنصار هذا الاتجاه أن يساعد على الوحدة، دون الحاجة إلى إجراء تعديل جوهري على النظام المحاسبي التقليدي باعتبار أن الأنشطة الاجتماعية للوحدة تؤثر على الأنشطة الاقتصادية، وبالتالي يجب أن ينعكس ذلك على القوائم المالية، كما أنها توفر مجالاً أوسع للمقارنة.

الاتجاه الثاني: اتجاه الفصل

يرى أنصار هذا الاتجاه أن مشكلات قياس المنافع والتكاليف الاجتماعية تفرض على القائمين بضرورة إعداد تقارير منفصلة نظراً لاختلاف طبيعة المعلومات (عشري، 2011م، ص6 – 7).

يرى الباحثون أن اتجاه الفصل، وبصفة خاصة لأن عدم استيعاب إطار قياس المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها يدعو إلى وجود نظام محاسبي منفصل، وأن تكون شاملة للمعلومات اللازمة للتعبير الصادق عنها.

أسباب تزايد الاهتمام بالإفصاح:

الأسباب التي تدعو للاهتمام بهذا الإفصاح لعل أهمها ما يلي:

أ. تزايد الإدراك:

أصبح الأداء الاجتماعي لمنشأة الأعمال أحد العوامل المؤثرة، ويعد إشارة إلى قيمة الإستثمار في الأصول وإدارة المخاطر. وقد وجدت العديد من الدراسات العلمية ويزيد طلب المستثمرين على تلك المعلومات (العازمي، 2012م، ص182).

ب. تحسين جودة التقارير المالية:

تتسم تقاريرها المالية بالقصور عن أنشطتها في سياق التنمية المستدامة، الأمر الذي يتطلب ضرورة أن يتم إعادة هيكلة تلك التقارير في سياق أوسع بما لا يشمل ضغط على الفئات التقليدية التي يقدم لها الإفصاح (المستثمرين والدائنين) بل يعمل على تلبية احتياجات باقي الفئات (نوفل، 2013م، ص571).

ج. تعظيم قيمة المنشأة:

يساهم الإفصاح في تعظيم قيمة المنشأة، فقد وجدت العديد من الدراسات السابقة أثراً إيجابياً لهذا الإفصاح على قيمة المنشأة (المالكي، 2015م، ص20).

مفهوم الميزة التنافسية:

لقد أعطيت مجموعة مفاهيم في مجملها في مصب واحد والذي يميزنا عن باقي المتنافسين المتواجدين معنا في السوق، وهذه جملة من التعاريف:

عرفت بأنها "ما يمكن أن يتحقق في حالة ما إذا كان باستطاعتها أن تعمل على ارتفاع في الحصة يفوق ارتفاعا في الحصة السوقية" (قدور، 2008م، ص108).

كما عرفت بأنها تقوم بتوفير منتجات أو خدمات والتي تماثل تلك التي يقدمها بتكلفة أقل أو بتقديم منتجات وخدمات بخصائص منفردة عما يقدمه المنافسون أو تعرض بشكل منطقي للزيادة السعرية المفروضة (الطائي، 2009م، ص155).

يرى الباحثون أن مفهوم الميزة التنافسية هي قدرة منظمة الأعمال على امتلاك موارد ذات كفاءة وفعالية كعنصر قوة تمكنها لخلق قيم تجعلها متفردة عن المنافسين.

أهداف الميزة التنافسية:

تسعى للحصول على مجموعة من الأهداف وهي: (زياد، 2018م، ص220).

1. تعمل على خلق فرص تسويقية جديدة.
2. تسعى لتحقيق الأهداف الرئيسية من أجل: (الدهلكي، 2009م، ص6).
    1. زيادة العائد.
    2. زيادة المردودية.
    3. الأجور والمرتبات.

الأبعاد الأساسية:

تسعى المنظمة جاهدة إلى تحقيق أهدافها وضمان استمراريتها في المجال الذي تنشط فيه، حيث إن الخدمات التي تقدمها تركز على مجموعة عناصر تأخذها في الاعتبار هي التي من خلالها تحقق المنظمة ميزة تنافسية، وقد اختلف الكتاب والباحثون في تحديد أبعاد ومكونات تحقيق الميزة التنافسية، وبصفة عامة يمكن القول بأن هنالك مصدرين أساسيين للميزة التنافسية، يتمثلان

في المهارات المتميزة. ويمكن من خلال توفير هذين المصدرين واستغلالهما بفاعلية الحصول على العديد من المصادر النهائية للميزة التنافسية. (فكرون، 2015م، ص ص277-278).

إن المقصود من الأبعاد هي الخصائص التي تختارها في السوق عن طريق واحد أو أكثر من تلك الخصائص على المنافسين.

يرى الباحثون أن بعد التكلفة تعد من الركائز الأساسية لنجاح الشركة وتفوقها من خلال تمكينها من الوقوف أمام المنشأة في الوصول إلى أسعار تنافسية تعزز الميزة التنافسية لأرباح الشركة في السوق.

الدراسة الميدانية:

يتكون المجتمع من المراجعين والمحاسبين والأكاديميين، حيث تم اختيارها بشكل عشوائي بما يخدم أهداف البحث، وتم توزيع عدد (100) على العينة، واستجاب (100) فرد بصورة تامة، حيث أعادوا الاستبيانات بعد ملئها بنسبة (100%).

1- تحليل بيانات الاستبانة:

فرضية الدراسة: هنالك علاقة بين الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية في القطاع المصرفي السوداني.

جدول (1) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات فرضية الدراسة

الرقم	العبارة	التكرار والنسبة									
		غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
1	تعتمد المصارف السودانية في مسؤوليتها الاجتماعية على الأشخاص الذين يملكون كفاءات عالية.	2	1.7%	4	3.3%	6	5.0%	17	14.2%	91	75.8 %
2	تعمل المسؤولية الاجتماعية على الحد من هدر موارد وتخفيض المخاطر الاجتماعية والبيئية. لتحقيق الميزة.	5	4.2%	5	4.2%	7	5.8%	20	16.7%	83	69.2 %
3	الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يكشف سوء	0	0%	1	.8%	5	4.2%	24	20%	90	75%

	تطبيق المبادئ المتعارف عليها في المحاسبة.										
4	يمكن أن تؤثر المسؤولية في المصارف السودانية على السلوكيات المهنية، مثل المشاركة والرضا الوظيفي مما يساعد في دعم الميزة التنافسية.	0	0%	0	0%	6	5.0%	27	22.5%	87	72.5 %
5	يساعد الإفصاح في تقديم التأكيدات اللازمة عن حقيقة البيانات المالية للمصارف السودانية.	4	3.3%	7	5.8%	7	5.8%	32	26.7%	70	58.3 %
6	تعمل المصارف السودانية على تحقيق أقصى الأرباح بطرق شفافة. لدعم الميزة التنافسية.	0	0%	0	0%	7	5.8%	19	15.8%	94	78.3 %
7	الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يساعد في تقديم معلومات تزيد من دعم الميزة التنافسية للمصارف.	4	3.3%	7	5.8%	11	9.2%	27	22.5%	71	59.2 %
8	الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يكشف المشاكل التي قد تواجه المصارف.	2	1.7%	5	4.2%	6	5.0%	25	20.8%	82	68.3 %

المصدر: إعداد الباحثين من واقع الدراسة، 2024م.

يتضح من الجدول رقم (1) ويلاحظ الباحثون في العبارة الأولى أن (91) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (75.8%) وافقوا بشدة على أن تعتمد المصارف السودانية في مسؤوليتها الاجتماعية على الأشخاص الذين يملكون كفاءات عالية لدعم الميزة. كما وافق (17) وبنسبة (14.7%)، كما أن هنالك (6) أفرادٍ محايدون وبنسبة (5%)، وأربعة أفراد غير موافقين بنسبة (3.3%)، وفردان غير موافق بشدة بنسبة (1.6%).

- ويلاحظ الباحثون أنه في العبارة الثانية أن (83) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (69.2%) وافقوا بشدة على أن تعمل على الحد من هدر الموارد وتخفيض المخاطر الاجتماعية والبيئية، لدعم ميزتها التنافسية، كما وافق (20) وبنسبة (16.7%)، كما أن هنالك (7) أفراد

محايدون وبنسبة (5.8%) و(5) أفراد غير موافقين بنسبة (4.2%)، و(5) أفراد غير موافق بشدة بنسبة (4.2%).

في العبارة الثالثة (90) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (75%) وافقوا بشدة على أن الإفصاح يكشف سوء تطبيق المبادئ المتعارف عليها، كما وافق (24) وبنسبة (20%)، كما أن هنالك (5) أفراد محايدون بنسبة (4.2%)، وفرد واحد غير موافق بشدة بنسبة (8%).

أما العبارة الرابعة في هذا المحور فإن (87) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (72.5%) وافقوا بشدة على أن يمكن أن تؤثر المسؤوليات في المصارف السودانية على السلوكيات المهنية. كما وافق (27) وبنسبة (22.5%)، كما أن هنالك (6) أفراد محايدون وبنسبة (5%).

وفي العبارة الخامسة في هذا المحور فإن (70) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (58.3%) وافقوا بشدة على أن الإفصاح يساعد في تقديم التأكيدات اللازمة عن حقيقة البيانات المالية للمصارف السودانية، كما وافق (32) وبنسبة (26.7%)، كما أن هنالك (7) أفراد محايدون بنسبة (5.8%) و(7) أفراد غير موافقين بنسبة (5.8%) وأربعة أفراد غير موافق بشدة بنسبة (3.3%).

أما العبارة السادسة في المحور الثاني فإن (94) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (78.3%) وافقوا بشدة على أن تعمل المصارف السودانية على تحقيق أقصى الأرباح بطرق شفافة لدعم الميزة التنافسية، كما أن هنالك (19) فردا محايدون بنسبة (19%)، و(7) أفراد محايدون بنسبة (5.8%).

أما العبارة السابعة فإن (90) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (71%) وافقوا بشدة على أن الإفصاح يساعد في عملية دعم الميزة التنافسية للمصارف، كما وافق (27) وبنسبة (22.5%)، كما أن هنالك (11) فردا محايدون بنسبة (9.2%) و(7) أفراد غير موافقين بنسبة (5.8%)، وأربعة أفراد غير موافق بشدة بنسبة (3.3%).

أما العبارة الثامنة في هذا المحور فإن (82%) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (68.3%) وافقوا بشدة على أن الإفصاح يكشف المشاكل التي قد تواجه المصارف مستقبلا، كما وافق (25) وبنسبة (20.8%)، كما أن هنالك (6) أفراد محايدون بنسبة (5%)، و(5) أفراد غير موافقين بنسبة (4.17%)، واثنين من الأفراد غير موافق بشدة بنسبة (1.6%).

2/ اختبار الفرضية:

هنالك علاقة بين الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية في القطاع المصرفي السوداني. ولإثبات ذلك يمكن قياس العلاقة بين متغيرات الدراسة.

جدول (2) نتائج التحليل

فرضية الدراسة	معامل الانحدار (B)	قيمة T	مستوى المعنوية	نتيجة العلاقة
هنالك علاقة بين الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية في القطاع المصرفي السوداني	0.89	13.5	0.000	قبول وجود علاقة
معامل الارتباط R	0.74			
معامل التحديد (2R)	0.55			

المصدر: إعداد الباحثين من واقع الدراسة، 2024م.

1. هنالك ارتباط طردي فوق الوسط بين الإفصاح المحاسبي ودوره في تحقيق الميزة التنافسية بالقطاع المصرفي، ويتضح ذلك على النحو التالي:

بلغت قيمة معامل الارتباط (0.74) وتدل هذه القيمة على وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين، كما بلغت قيمة معامل الانحدار (0.89) وهذه القيمة الموجبة تدل على وجود أثر طردي، وبالتالي فإن أي تغيير في المتغير الأول بنسبة 10% يؤدي إلى إحداث تغيير في المتغير الآخر بمعدل (8.9%).

2. كما توضح النتائج إلى أن هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية في القطاع المصرفي السوداني بنسبة (27)% حيث بلغت قيمة المعامل (0.27) بينما المتغيرات الأخرى تؤثر بنسبة (73)%.
3. كما يتضح من النتائج وجود علاقة بين الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية وفقا" لاختبار (t) عند مستوى (5%) كما بلغت قيمة (t) لمعامل العلاقة بين استخدام العلاقة بين الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية في القطاع المصرفي السوداني بنسبة (13.5) بمستوى دلالة معنوية (0.000) وقيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة 5%. وهذا يشير إلى وجود علاقة بين الإفصاح المحاسبي والميزة التنافسية في القطاع المصرفي السوداني في مجتمع الدراسة.

الخاتمة:

أولا. النتائج:

بينت الدراسة في نتائجها ما يلي:

1- يساعد الإفصاح في تقديم التأكيدات اللازمة عن حقيقة البيانات المالية للمصارف السودانية.

2- تعمل المسؤولية الاجتماعية في المصارف السودانية على الحد من هدر الموارد وتخفيض المخاطر الاجتماعية والبيئية، حيث أيد 83 فرداً وبنسبة 69%.

3- يكشف الإفصاح عن المشاكل التي قد تواجه المصارف السودانية.

4- يساعد الإفصاح في تقديم اى معلومات محاسبية تسهل عملية دعم الميزة التنافسية للمصارف.

ثانياً. التوصيات:

1- ضرورة الإفصاح المحاسبي عن معلومات المسؤولية الاجتماعية بكل شفافية ومساءلة، ذلك أن معظم مخرجات الأنشطة الاجتماعية في الوحدات الاقتصادية سواء كانت مالية أو كمية تؤثر في نفقات والتزامات وأصول المؤسسة.

2- أوصت الدراسة بضرورة دمج سياسات المسؤولية الاجتماعية ضمن إستراتيجية المصارف السودانية لتحقيق الميزة التنافسية.

3- ضرورة بناء نموذج محاسبي عن الإفصاح المحاسبي لدعم الميزة التنافسية في المصارف السودانية.

4- ضرورة عقد الدورات التدريبية والندوات التي تتعلق بموضوع البحث.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً. المراجع العربية:

- إبراهيم، نبيل عبد الرؤوف (2015م): تأثير نماذج وقواعد الإفصاح المحاسبي المستحدثة على كفاءة سوق الأوراق المالية المصرية، مجلة الفكر المحاسبي، العدد 1، كلية التجارة، جامعة عين شمس، القاهرة.
- أحمد، محمد المهدي الأمير(2018م): أثر أساليب المحاسبة الاستراتيجية في ظل تخطيط موارد المشروع (ERP) على زيادة الميزة التنافسية – دراسة تحليلية تطبيقية، رسالة دكتوراه في المحاسبة غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة أم درمان الإسلامية، الخرطوم.
- بحر الدين، نجوى محمد (2012م): الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية المنشورة لشركات الاتصالات، المجلة العلمية لكلية التجارة والدراسات الاقتصادية، المجلد 1، العدد 1، كلية التجارة، جامعة النيلين، الخرطوم.

- بدوي، هبة الله عبدالسلام (2017م): أثر هيكل الملكية ومستوى الإفصاح عن المستوى الاجتماعي على قيمة الشركة، مجلة المحاسبة والمراجعة، المجلد 5، العدد 2، كلية التجارة، جامعة بني سويف، مصر.
- بركات، خالد سعيد (2018م): توصيف العلاقة بين الإفصاح المحاسبي عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي، المجلد 22، العدد 1، كلية التجارة، جامعة القاهرة، مصر.
- بن نافلة، قدور (2008): مكانة بحوث التسويق الدولي في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، رسالة دكتورة غير منشورة.
- الجمال، جيهان عبد المعز (2014م): المراجعة وحوكمة المنشأة، دار الكتاب الجامعي، جمعية الناشرين الإماراتية، مصر.
- الدهلكي، علي كمال محمد جواد (2009م): تأثير الاستراتيجيات الداعمة لتخطيط وتطوير المنتجات الجديدة في رفع الكفاءة الإنتاجية، رسالة ماجستير في علوم إدارة الأعمال (غير منشورة)، جامعة بغداد، العراق.
- راضي، محمد سامي، (2011م): موسوعة المراجعة المتقدمة، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر.
- الروسان، محمود علي (2007): العلاقة بين الميزة التنافسية والتحليل البيئي، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الثالث والستون.
- شري، محمد رزق (2011م): أثر الإفصاح المحاسبي البيئي في زيادة فعالية قرارات الاستثمار في منظمات الأعمال، مجلة البحوث المالية والتجارية، العدد 1، كلية التجارة، جامعة حلوان.
- الشيخ، اسمهان؛ علي، علاء الدين؛ محمد، عامر. (2021). الإفصاح الاختياري عن الأحداث غير المالية ودوره في تقويم المخاطر المالية للشركات (دراسة ميدانية على عينة من الشركات المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية). مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث, 1(2). https://doi.org/10.56989/benkj.v1i2.643
- صبيحي، حسني عبد الجليل (2018م): دور المراجع الخارجي في زيادة فعالية الإفصاح والشفافية في التقارير المالية في البيئة المصرية – دراسة تحليلية، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، العدد 1، كلية التجارة، جامعة حلوان.
- الطائي، محمد عبد الله، والخفاجي، نعمة عباس (2009)، نظم المعلومات الإستراتيجية، منظور الميزة الإستراتيجية، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- طلال، ناصر علي (2021): الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية المجتمعية وأثره في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية في المصارف الإسلامية الكويتية، مجلة جرش للبحوث والدراسات، المجلد22، العدد2.

- العازمي، فالح راشد (2012م): دراسة تحليلية لأوجه القصور في التقارير المالية الحالية وأثرها على الإفصاح المحاسبي: دراسة تطبيقية على المنشأة الكويتية، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، العدد 4، كلية التجارة، جامعة سوهاج، القاهرة.
- عبد الرحمن، نجلاء إبراهيم يحيى (2013م): دور الآليات الداخلية للحكومة في تحسين الإفصاح والتقرير عن المسؤولية الاجتماعية لمنشأة الأعمال السعودية، مجلة المحاسبة والمراجعة، المجلد 1، العدد 2، كلية التجارة، جامعة بني سويف، مصر.
- علي، الصادق محمد آدم. (2022). تحديات القياس والإفصاح عن تكاليف البيئة: دراسة ميدانية على بعض المصانع العاملة بمدينة الأبيض ولاية شمال كردفان بالسودان. مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث, 2(12). https://doi.org/10.56989/benkj.v2i12.46
- عيسى، عارف محمود كامل (2014م): إطار مقترح لزيادة فعالية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بهدف تحسين جودة التقارير المالية وتعظيم قيمة المنشأة بالتطبيق على البيئة المصرية، رسالة دكتوراه في المحاسبة غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة.
- غربي، سامية؛ بوطورة، فضيلة؛ سمايلي، نوفل. (2022). أهمية كشف ممارسات المحاسبة الإبداعية من خلال دور معايير المحاسبة الدولية والإفصاح المحاسبي. مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث, 2(4). https://doi.org/10.56989/benkj.v2i4.403
- غنام، غريب جبر (2011م): إطار مقترح لتقييم جودة الإفصاح المحاسبي بالمنشأة المساهمة المقيدة بالبورصة المصرية طبقاً لمنهجية ستاندرد اند بورز S,P: دراسة ميدانية، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، العدد28، كلية التجارة، جامعة القاهرة، القاهرة.
- فكرون، نسرين (2015م): دور نظم المعلومات في تحسين تنافسية المنشأة – دراسة حالة شركة مفطال، مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية، العدد 17، كلية التجارة، جامعة المنصورة.
- لايقا، رولا كاسر (2007م): القياس والإفصاح المحاسبي في القوائم المالية للمصارف ودورها في ترشيد قرارات الاستثمار – دراسة تطبيقية على المديرية العامة للمصرف التجاري السوري، رسالة ماجستير في المحاسبة المصرفية، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، دمشق.
- لقمة، أبو بكر؛ حمزة، تهاني. (2022). الدور الوسيط للمسؤولية الاجتماعية في العلاقة بين أخلاقيات العمل الإداري والاداء الوظيفي: دراسة تطبيقية على الشركة السودانية للاتصالات ولاية الخرطوم. مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث, 2(4). https://doi.org/10.56989/benkj.v2i1.917
- لمالكي، إيمان جليل باشيخ (2015م): الإفصاح عن معلومات المخاطر الائتمانية، مجلة الكون للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 17، كلية العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة بغداد، بغداد.

- ماهر عبد السادة صالح وآخرون، (2023): الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة (بحث تطبيقي في الشركة العامة للصناعات الغذائية – معمل ألبان الديوانية)، مجلة الدراسات المحاسبية والمالية، المجلد 16، العدد 55.
- نوفل، مدحت عبد الرشيد (2013م): أثر تطبيق معايير التقارير المالية الدولية على جودة الإفصاح المحاسبي للشركات الاستثمارية في سوق الأوراق المالية، مجلة المحاسبة المصرية، العدد 6، كلية التجارة، جامعة المنصورة، مصر.
- ياسين، أبوبكر (2013): سلسلة الطلب والميزة التنافسية، (جامعة بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة.
- يس، شيماء سعيد محمد (2012م): تأثير الإفصاح عن الأداء البيئي للمنشأة على جودة التقارير المالية وانعكاسه على قرارات المستثمرين، كلية التجارة، جامعة القاهرة، القاهرة.

ثانيًا. المراجع الأجنبية:

- Chapman, Peter (2016), “Improving Accounting Information System Performance and Achieving Competitive Advantage Through Effective It Governance”, University of Technology Sydney – Australia, PHD Theses for Accounting Sciences.
- Gallego, Álvarez, & Quina, Custodio (2016), "Disclosure of Corporate Social Responsibility Information and Explanatory Factors", Journal of Online Information Review, Vol. 40, No.2, PP. 218-238.
- Cannon, James N. and Ling, Zhejia and Wang, Qian and Watanabe, Olena (2017), 10-K Disclosure of Corporate Social Responsibility and Firms’ Competitive Advantages (Septmebr7) Available at: http://dx.doi.org/10.2139/ ssrn.2805068
- Pant, Dinesh Raj, and Piansoongnern, Opas (2017), “Impact of Corporate Social Responsibility on Sustainable Competitive Advantage: A Case Study of Leading Noodle Companies in Nepal”, D.R. Pant and O. Piansoongnern Int. J. Soc. Sc. Manage. Vol. 4, Issue.4, PP 275-283.